



PELAKSANAAN SOSIAL MEDIA MARKETING BAGI PERAJIN BATIK KAYU SANGGAR PUNOKAWAN DI DESA WISATA KREBET

Sujatmika¹, Sri Kussujaniatun², Anis Siti Hartati³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Email: ¹ sujatmika@upnyk.ac.id, ² sri.kussujaniatun@upnyk.ac.id,

³ anis.sitihartai@upnyk.ac.id

Abstract

Krebet Tourism Village in Pajangan District, Bantul has a wooden batik industry center that has tourism potential both in terms of culture and nature. There are 57 wooden batik studios registered in the village cooperative, 40 are active, and only 10 are producing during this pandemic, so it can be seen that the decline in productivity is very significant. There are already several studios that sell their products online, these studios are still able to maintain productivity during this pandemic, most of them are unable to produce because there is no demand from consumers. Most of the craftsmen are not able to keep up with the market, the readiness of the craftsmen in the use of information technology is still limited, and product innovation is still monotonous. Based on this, the servant feels it is important to provide online product assistance, both sales and marketing. This empowerment service is implemented by using a Participatory Rural Appraisal (PRA) approach. This method is aimed at outsiders, showing how outsiders should help people to develop themselves, by placing outsiders in the midst of society. These outsiders can be government employees, academics, NGO workers, etc. The service team has carried out socialization providing motivation for craftsmen, providing assistance on financial management, discussing the importance of branding/brand awareness for MSMEs and providing online product assistance by holding training with media zoom meetings, so that artisans are expected to realize a minimal contact economy. less contact economy) which can support the economy to remain productive during the Covid-19 pandemic by prioritizing information technology.

Keywords: Social media, marketing, wooden batik, Bantul.

Abstrak

Desa Wisata Krebet di Kecamatan Pajangan, Bantul memiliki sentra industri batik kayu yang mempunyai potensi kepariwisataan baik dari sisi budaya maupun alamnya. Terdapat 57 sanggar batik kayu yang terdaftar di koperasi desa, 40 sanggar yang aktif, dan hanya tinggal 10 sanggar saja yang memproduksi dalam masa pandemi ini, sehingga dapat dilihat bahwa penurunan produktivitas sangat signifikan. Sudah ada beberapa sanggar yang melakukan penjualan produknya secara *online*, sanggar inilah yang masih dapat bertahan melakukan produktivitas dalam masa pandemi ini, sebagian besarnya lagi tidak dapat memproduksi karena tidak ada

permintaan dari konsumen. Sebagian besar perajin kurang bisa mengikuti pasar, kesiapan perajin dalam penggunaan teknologi informasi masih terbatas, dan inovasi produk yang masih monoton. Berdasarkan hal tersebut, maka pengabdian merasa penting untuk melakukan pendampingan produk secara online, baik penjualan maupun pemasaran. Pengabdian pemberdayaan ini diimplementasikan dengan melakukan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Metode ini ditujukan pada orang luar, menunjukkan bagaimana seharusnya orang luar membantu masyarakat untuk mengembangkan dirinya, dengan mendudukan posisi orang luar ditengah masyarakat. orang luar ini bisa pegawai pemerintah, akademisi, pekerja LSM, dsb. Tim pengabdian telah melakukan sosialisasi memberikan motivasi bagi para perajin, memberikan pendampingan mengenai manajemen keuangan, mendiskusikan tentang pentingnya kesadaran akan branding/merk bagi UMKM dan melakukan pendampingan produk secara online dengan mengadakan pelatihan dengan media zoom meeting, sehingga perajin diharapkan dapat mewujudkan ekonomi minim kontak (*less contact economy*) yang dapat mendukung ekonomi tetap produktif dalam masa pandemik Covid-19 dengan mengutamakan teknologi informasi.

Kata Kunci: *Social media*, pemasaran, batik kayu, Bantul.

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian bagi masyarakat ini dilakukan untuk mendukung UMKM dalam menjalankan ekonomi minim kontak agar ekonomi tetap produktif dalam masa Pandemi COVID 19 dengan mengutamakan teknologi informasi berbasis database di era Revolusi Industri (RI 4.0). Program ini didukung dengan adanya Renstra UPN “Veteran” Yogyakarta dalam bidang pengentasan kemiskinan yang memberi arah bagi program penerapan implementasi penguatan pemasaran dengan *social media marketing* untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Program penguatan pemasaran dengan *social media* ini diharapkan dapat mewujudkan penerapan promosi digital dari suatu teknologi promosi pemasaran yang dapat mendorong dan memudahkan konsumen untuk tertarik membeli produk batik kayu sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan desa, perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Wisata Kreet, Bantul.

Aknolt Kristian Pakpahan (2020) menyebutkan ada tiga implikasi bagi Indonesia terkait pandemi COVID-19 ini yakni sektor pariwisata, perdagangan, dan investasi. Indonesia yang didominasi oleh keberadaan UMKM sebagai tulang



pungggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini.

Tercatat ada sekitar 37.000 pelaku UMKM yang melapor ke Kementerian Koperasi dan UKM merasakan dampak adanya pagebluk Covid-19 ke usaha mereka, secara umum 87 persen yang terdampak merupakan usaha level mikro, dikaitkan dengan skema program yang didesain 54,2 persen belum memiliki tabungan usaha. Sebanyak 56 persen UMKM melapor karena terjadi penurunan penjualan, 22 persen mengaku kesulitan permodalan, 15 persen melapor terjadi distribusi yang terhambat, dan 4 persen melaporkan kesulitan bahan baku (Sakina Rakhma Diah Setiawan, Jakarta Kompas.com).

Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia Ikhsan Ingrabatun memperkirakan omset UMKM di sektor non kuliner turun 30-35% sejak Covid-19 penyebabnya adalah penjual yang hanya mengandalkan tatap muka atau pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik (Awali dan Rohmah, 2020). UMKM dituntut untuk tetap produktif, memanfaatkan perkembangan teknologi informasi di era 4.0 ini untuk mewujudkan *less contact economy*. *e-marketing* merupakan proses pemasaran secara *online* melalui teknologi elektronik baik memasarkan maupun sebagai bentuk promosikan produk dan jasa yang menjangkau pasar yang lebih luas lagi serta membangun hubungan dengan pelanggan yang lebih dekat dan tentunya memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Desa Wisata Kreet, Pajangan, Bantul memiliki potensi sektor kepariwisataan yang tinggi. Keunggulannya adalah sentra industri batik kayu yang mempunyai potensi kepariwisataan baik dari sisi budaya maupun alamnya. Kerajinan batik kayu merupakan penghasilan utama warga setempat. Kerajinan batik kayu Desa Kreet sudah pernah melakukan pameran di Inggris pada tahun 1995. Kayu yang digunakan bergantung pada ketersediaan bahan dari Desa Kreet, apabila tidak ada biasanya mencari bahan kayu dari daerah Bantul dan sekitarnya. Kayu yang digunakan yaitu kayu sengon, karena kayu tersebut mempunyai warna dasar putih sehingga ketika dilakukan pewarnaan akan lebih mudah dan cantik.

Terdapat 57 sanggar batik kayu yang terdaftar di koperasi desa, 40 sanggar yang aktif, dan hanya tinggal 10 sanggar saja yang memproduksi dalam masa pandemi ini, sehingga dapat dilihat bahwa penurunan produktivitas sangat signifikan. Para perajin memproduksi bergantung pada permintaan toko oleh-oleh atau swalayan, sehingga hal ini juga berpengaruh pada penurunan permintaan. Hanya ada beberapa sanggar yang melakukan penjualan produknya secara *online*, sanggar inilah yang masih dapat bertahan melakukan produktivitas dalam masa pandemi ini, sebagian besarnya lagi tidak dapat memproduksi karena tidak ada permintaan dari konsumen. Sebagian besar perajin kurang bisa mengikuti pasar, kesiapan perajin dalam penggunaan teknologi informasi masih terbatas, dan inovasi produk yang masih monoton.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pengabdian merasa penting untuk melakukan pendampingan pemasaran produk secara online, agar dapat lebih dikenal dan menarik konsumen maupun wisatawan untuk melakukan pembelian produk kerajinan batik kayu, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM perajin batik kayu, khususnya UMKM yang terdaftar dalam Sanggar Punokawan Kerajinan Batik Kayu di desa Wisata Kreet. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan mewujudkan *less contact economy*, tim pengabdian berencana membuat suatu model *social media marketing* yang diharapkan dapat membantu para perajin untuk mempromosikan produknya yang dapat menjangkau masyarakat lebih luas baik lokal, nasional maupun internasional, yang dapat mewujudkan penjualan produk yang terintegrasi, mudah diakses. Selain penguatan dalam melakukan promosi pemasaran melalui *social media*, pengabdian juga akan memotivasi perajin untuk melakukan inovasi produk dengan merancang variasi produk yang dihasilkan melalui pencarian gagasan dengan penggunaan media sosial. Sehingga dalam masa pandemic ini para perajin yang tidak bisa bertahan atau berhenti diharapkan dapat berkarya kembali dapat mengikuti pasar, siap dalam penggunaan teknologi dalam penguatan promosi pemasaran produknya, begitu pula bagi sebagian kecil perajin yang masih bisa bertahan dapat meningkatkan penjualan produknya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan.



Target Luaran pengabdian yang akan dihasilkan yaitu luaran wajib peningkatan pemberdayaan masyarakat berupa: a) melakukan pendampingan dengan model *social media marketing*, b) pemahaman dan ketrampilan masyarakat mengenai pemasaran dengan social media, yang dibuat dalam bentuk modul, publikasi ilmiah dan pada media masa, buku ber-ISBN, poster kegiatan, kekayaan intelektual, serta video kegiatan PbM.

Mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah perajin batik kayu yang merupakan anggota Sanggar Punokawan di desa wisata Kreet, Pajangan, Bantul. Aktivitas dari kerajinan ini antara lain melakukan pemilihan kayu yang baik untuk produk, pembelahan, pengukiran, membatik, proses pewarnaan, hingga menjadi produk jadi batik kayu dengan berbagai variasi produk yang siap dijual, juga menawarkan paket pembuatan kerajinan batik kayu untuk wisata edukasi bagi pelajar, mahasiswa, juga wisatawan domestik maupun wisatawan asing.

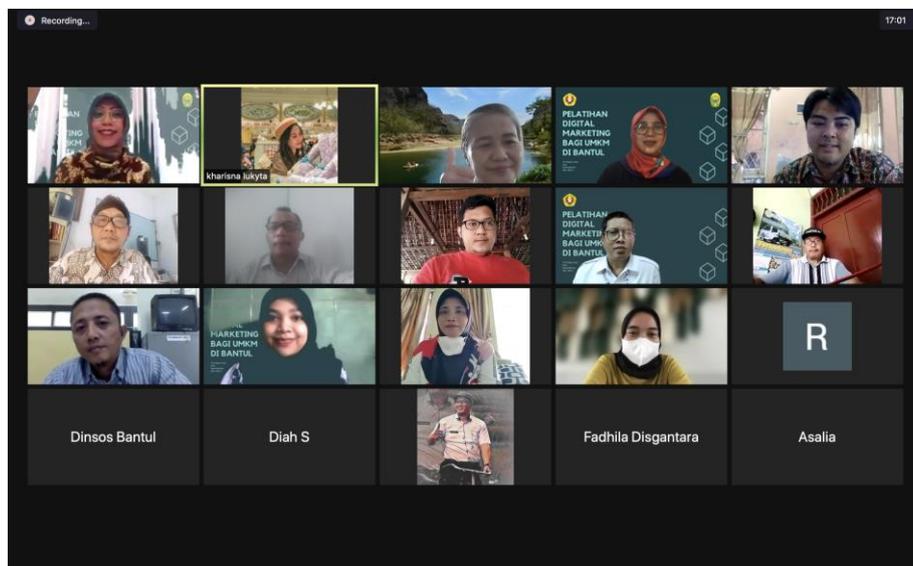
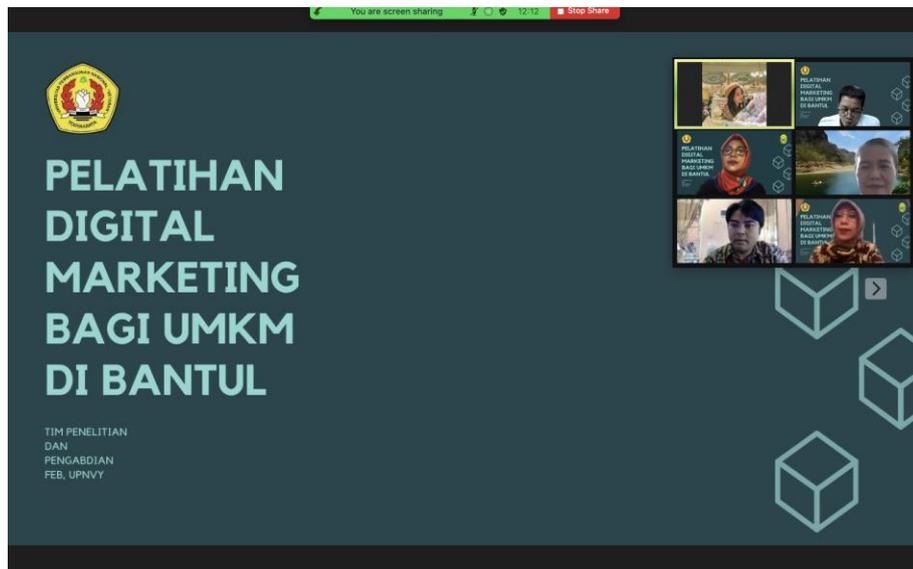
METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Pengabdian pemberdayaan ini diimplementasikan dengan melakukan pendekatan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. PRA merupakan metode yang banyak ditemui dalam melakukan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini bertujuan untuk menggabungkan pengetahuan dan opini masyarakat pedesaan dalam perencanaan dan pengelolaan proyek dan program pembangunan. Metode ini juga mendorong masyarakat pedesaan untuk turut serta meningkatkan pengetahuan dan menganalisa kondisi mereka sendiri serta wilayahnya yang berhubungan dengan kehidupan mereka sehari-hari agar dapat membuat rencana dan tindakan yang dilakukan dengan cara pendekatan berkumpul bersama. Dalam metode ini, masyarakat sebagai pelaku sementara orang luar sebagai fasilitator. Posisi orang luar sebagai fasilitator artinya mereka mendorong proses perubahan secara partisipatif yang bersumber dalam masyarakat itu sendiri. Dalam implementasinya, tim pengabdian melakukan pelatihan digital marketing dengan media *zoom meeting*.

Pelaksanaan Kegiatan

Pada hari Rabu, tanggal 18 Agustus 2021 pukul 12.00-15.00 WIB, Tim Pengabdian Masyarakat telah melaksanakan kegiatan pelatihan yang dihadiri oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul, Dinas Sosial Kabupaten Bantul, Ketua Sanggar Puno Kawan, Pengelola Desa Wisata Kreet dan para perajin batik kayu Sanggar Puno Kawan di Desa Kreet, Pajangan, Bantul. Topik pelatihan yaitu “Pelatihan *Digital Marketing* bagi UMKM di Bantul” dilakukan secara daring menggunakan media *Zoom Meeting* dengan narasumber Andika Bayu Saputra, S.Kom., M.Kom. seorang praktisi IT.





HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Dalam proses pengambilan data dengan teknik atau metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA), tim pengabdian melakukan wawancara dengan Ketua Sanggar Punokawan, Bapak Agus Jati Kumara, beliau juga termasuk pengelola Desa Wisata Kreet. Dari hasil wawancara didapat bahwa 57 sanggar batik kayu yang terdaftar di koperasi desa, 40 sanggar yang aktif, dan hanya tinggal 10 sanggar saja yang memproduksi dalam masa pandemi ini, sehingga dapat dilihat bahwa penurunan produktivitas sangat signifikan. Para perajin memproduksi bergantung pada permintaan toko oleh-oleh atau swalayan, sehingga hal ini juga berpengaruh pada penurunan permintaan. Sudah ada beberapa sanggar yang melakukan penjualan produknya secara *online*, sanggar inilah yang masih dapat bertahan melakukan produktivitas dalam masa pandemi ini, sebagian besarnya lagi tidak dapat memproduksi karena tidak ada permintaan dari konsumen. Sebagian besar perajin kurang bisa mengikuti pasar, kesiapan perajin dalam penggunaan teknologi informasi masih terbatas, dan inovasi produk yang masih monoton.

Tidak hanya berdampak pada perajin kayu batik, pandemic ini juga memberi dampak besar pada sektor pariwisata. Pasalnya, kunci dari pengembangan sektor pariwisata adalah dari para pengunjung atau orang yang datang. Jumlah kunjungan wisatawan nyaris tidak ada. Hal ini memberi dampak pada perekonomian masyarakat yang bergantung pada pariwisata baik sebagai pemandu, pemilik *homestay*, kuliner, hingga penjualan cinderamata di Desa Wisata Kreet.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

1. Pelatihan Digital Marketing

Pandemi COVID-19 sangat memberi dampak pada usaha di sektor pariwisata. Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merasakan dampaknya yaitu perajin batik kayu Sanggar Punokawan di Desa Kreet, Pajangan, Bantul. Didapat bahwa 57 sanggar batik kayu yang terdaftar di koperasi desa, 40 sanggar yang aktif, dan hanya tinggal 10 sanggar saja yang memproduksi dalam

masa pandemi ini, sehingga dapat dilihat bahwa penurunan produktivitas sangat signifikan. Sehubungan dengan hal tersebut maka pada hari Rabu, tanggal 18 Agustus 2021 pukul 12.00-15.00 WIB, Tim Pengabdian Masyarakat telah melaksanakan kegiatan pelatihan yang dihadiri oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul, Dinas Sosial Kabupaten Bantul, Ketua Sanggar Puno Kawan, Pengelola Desa Wisata Kreet dan para perajin batik kayu Sanggar Puno Kawan di Desa Kreet, Pajangan, Bantul. Topik pelatihan yaitu “Pelatihan *Digital Marketing* bagi UMKM di Bantul” dilakukan secara daring menggunakan media *Zoom Meeting* dengan pemateri **Andika Bayu Saputra, S.Kom., M.Kom.** seorang praktisi IT.



Gambar Tangkap layar materi pelatihan digital marketing

Pelatihan ini bertujuan agar para perajin batik kayu pelaku usaha wisata, dan pelaku industri ekonomi kreatif di Desa Wisata Kreet tidak hanya *upgrade* mengenai teknologi tetapi juga strategi pemasarannya. Hal ini dilakukan dalam upaya membantu para perajin dan pelaku usaha wisata yang kurang bisa mengikuti pasar, kurang kesiapan perajin dalam penggunaan teknologi informasi, dan inovasi produk yang masih monoton. Disamping itu pada masa pandemi Covid-19 ini, para wisatawan tak lagi diperkenankan berkunjung ke pelaku ekonomi industri kreatif atau dibatasi kunjungannya karena harus mematuhi protokol kesehatan. Para perajin batik kayu Sanggar Punokawan di Desa Kreet,



Pajangan, Bantul, sangat berharap adanya perhatian dari pihak-pihak yang terkait untuk selalu mendukung dan memberikan arahan dalam keberlangsungan dan pertumbuhan usaha UMKM.

2. Pendaftaran Merek

Pentingnya perlindungan hukum mengenai Hak Kekayaan Intelektual mengenai Merek Dagang, Hak Cipta, dan Desain Industri menjadi salah satu bahasan dalam pengabdian. Hal ini dilakukan agar para perajin bisa memproteksi produknya dan tidak dijiplak oleh pihak lain dengan merek yang sama dan apabila terjadi bisa dituntut secara hukum. Merk dagang menjadi sangat penting ketika sebuah usaha mulai berjalan dan berkembang, untuk menghindari hal yang tak diharapkan seperti klaim merk dari pihak lain, untuk itu pendaftaran merk dagang sedini mungkin sangat diperlukan. Dalam program pengabdian masyarakat ini terdapat bantuan berupa pendaftaran merk dagang.



Gambar merek Sangkawan

Sangkawan merupakan singkatan dari Sanggar Punokawan. Sanggar Punokawan sendiri adalah suatu industri kerajinan yang menawarkan berbagai macam kerajinan dari kayu maupun bambu yang di batik. Sanggar Punokawan melakukan pengembangan produk berupa tas, dompet, *pouch* kosmetik dan barang-barang fungsional lainnya dimana produk tersebut merupakan kombinasi antara serat kayu natural dan motif batik yang menjadi ciri khas utama produk dari Sangkawan.

PENUTUP

Program pengabdian ini telah melakukan wawancara dan observasi lapangan kepada mitra, sehingga tim pengabdian mampu menganalisis program

pendampingan yang akan dilakukan. Dalam hal penguatan pemasaran dengan *social media marketing* untuk peningkatan pendapatan UMKM perajin batik kayu di Desa Wisata Krebet, Pajangan, Bantul, tim pengabdian telah melakukan sosialisasi memberikan motivasi bagi para perajin, memberikan pendampingan mengenai manajemen keuangan, mendiskusikan tentang pentingnya kesadaran akan branding/merk bagi UMKM dan melakukan pendampingan produk secara online dengan mengadakan pelatihan dengan media zoom meeting, sehingga perajin diharapkan dapat mewujudkan ekonomi minim kontak (*less contact economy*) yang dapat mendukung ekonomi tetap produktif dalam masa pandemik Covid-19 dengan mengutamakan teknologi informasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi positif pada pengabdian masyarakat dengan menjelaskan bentuk kontribusi yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19 .*BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
<https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Setiawan, Sakinah Rakhma Diah. “Sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona”. Kompas. Diakses 3 Maret 2021.
<https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak-37.000-umkm-terdampak-virus-corona>
- Pakpahan, Aknolt Kritian. 2020. *Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional. DOI: <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>